

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# ENQUETE 75 000 + RADIO MEDIAMETRIE

## L'audience de la Radio en septembre - octobre 2003

- L'audience du média Radio, les événements sur la période \_\_\_\_\_ p. 2
- L'audience de la Radio, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ pp. 3-4
- L'audience des couplages publicitaires, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ pp. 5-6
- L'audience des agrégats par format, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ pp. 7-8
- L'audience des agrégats par statut, lundi-vendredi et samedi-dimanche \_\_\_\_\_ p. 9
- Composition des couplages publicitaires, caractéristiques de l'enquête \_\_\_\_\_ p.10

L'audience de la Radio est mesurée sur la **population âgée de 13 ans et plus**. Les données de l'enquête ont été recueillies par interview téléphonique du **25 août au 26 octobre 2003**.

Jusqu'en juin 2003, la 75 000 + Radio prenait en compte les seules personnes joignables sur un téléphone filaire. **A compter de la période septembre - octobre 2003, les personnes joignables exclusivement sur leur téléphone mobile sont aussi interrogées dans l'enquête 75 000 + Radio.**

*Pour toute information* : Christelle CROS - Tél : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ccros@mediametrie.fr  
Ces résultats sont également disponibles sur notre Web : <http://www.mediametrie.fr>

*Dans ce communiqué de presse, seuls sont mentionnés les stations et réseaux souscripteurs à l'enquête atteignant 1 % d'audience cumulée pour un jour moyen de semaine lundi-vendredi (5h-24h).*

## L'AUDIENCE DU MEDIA RADIO

Population des 13 ans et plus	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003					AVRIL - JUIN 2003					SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002				
	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn	AM %	AM 000	AC %	AC 000	DEA mn
<b>LUNDI-VENDREDI</b>															
5 h – 24 heures	12,6	6 225	83,7	41 519	171	13,2	6 555	83,7	41 499	180	13,4	6 599	84,1	41 480	181
7 h – 9 heures	22,6	11 197	48,9	24 222	55	25,0	12 409	50,3	24 952	60	25,5	12 589	52,2	25 726	59
<b>SAMEDI-DIMANCHE</b>															
5 h – 24 heures	9,7	4 791	74,5	36 928	148	11,0	5 432	76,9	38 119	162	10,5	5 202	75,7	37 355	159

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE D'UNE TRANCHE HORAIRE :

**AM : AUDIENCE MOYENNE** = Moyenne des audiences des quarts d'heure qui composent la tranche horaire, exprimée en pourcentage de la population ou en Milliers.

**AC : AUDIENCE CUMULEE** = Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire, exprimé en pourcentage de la population ou en Milliers.

**DEA : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR** (en minutes).

### LES EVENEMENTS SUR LA PERIODE

Sur la période d'enquête septembre - octobre 2003 allant du 25 août au 26 octobre 2003, l'actualité a été marquée par des événements susceptibles d'avoir un impact sur les comportements d'écoute de la radio :

- **Du 25 août au 1<sup>er</sup> septembre inclus** : Vacances d'été
- **Le 4 septembre** : 8 000 intermittents du spectacle manifestent à Paris.
- **Du 5 septembre au 20 octobre** : le Proche-Orient est en crise après la démission du Premier Ministre Palestinien Mahmoud Abbas et la « déclaration de guerre » entre Israël et le Hamas. Le 4 octobre, un attentat suicide, revendiqué par le Djihad islamique, fait 19 morts et 50 blessés à Haïfa. Le 20 octobre, des raids israéliens font 10 morts et 70 blessés à Gaza.
- **Le 11 septembre** : Anna Lindh, la ministre suédoise des affaires étrangères, est assassinée.
- **Le 22 septembre** : « Journée sans voiture » dans 72 villes de France et 4 arrondissements parisiens.
- **Le 2 octobre** : Grève des rotativistes du Syndicat du Livre qui empêche la distribution des quotidiens en Ile-de-France.
- **Le 9 octobre** : un attentat suicide fait 9 morts et 38 blessés à Bagdad. Les tensions entre les Américains et les Irakiens s'intensifient
- **A partir du 10 octobre** : Coupe du Monde de Rugby.
- **Le 20 octobre** : « Journée noire » des buralistes qui protestent contre la hausse du prix du tabac.
- **Du 23 au 26 octobre** : Vacances de la Toussaint.

## L'AUDIENCE DE LA RADIO LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC** : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENCE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

(1) 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.10

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,7</b>	<b>171</b>	<b>100,0</b>	<b>83,7</b>	<b>180</b>	<b>100,0</b>	<b>84,1</b>	<b>181</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <span style="float: right;"><i>Total</i></span>	36,4	147	37,3	36,4	159	38,4	36,4	161	38,5
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	9,1	117	7,4	9,6	123	7,8	9,1	129	7,7
FRANCE BLEU	6,9	118	5,7	6,6	130	5,7	6,4	137	5,7
FRANCE INTER	10,5	124	9,1	11,1	134	9,8	10,9	137	9,8
RMC INFO	3,5	106	2,6	3,2	129	2,8	3,0	111	2,2
RTL	12,1	141	11,9	11,4	152	11,5	12,4	151	12,3
<i>Programmes musicaux</i> <span style="float: right;"><i>Total</i></span>	45,1	124	39,1	44,6	130	38,3	46,4	128	39,0
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	6,0	102	4,3	6,1	106	4,3	6,0	103	4,1
EUROPE 2	6,8	89	4,2	6,7	97	4,3	6,7	93	4,1
FUN RADIO	6,2	80	3,5	6,5	84	3,6	7,4	83	4,1
MFM	1,5	105	1,1	1,6	116	1,2	1,5	129	1,2
NOSTALGIE	7,9	99	5,4	8,0	109	5,8	8,3	109	5,9
NRJ	12,2	91	7,7	11,6	92	7,1	13,4	94	8,2
RFM	4,8	91	3,0	4,5	114	3,4	4,3	95	2,7
RIRE ET CHANSONS	4,1	75	2,1	3,5	66	1,5	4,0	70	1,8
RTL2	4,5	90	2,8	4,3	91	2,6	4,6	95	2,8
SKYROCK	8,3	86	4,9	7,2	93	4,4	7,5	81	4,0
<i>Programmes thématiques</i> <span style="float: right;"><i>Total</i></span>	13,8	79	7,6	15,0	78	7,8	13,6*	80*	7,1*
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,4	95	0,9	1,2	89	0,7	1,3	102	0,8
FRANCE INFO	10,6	62	4,6	11,6	63	4,9	10,5	61	4,2
FRANCE MUSIQUES	1,7	95	1,1	1,8	94	1,1	1,8	99	1,1
RADIO CLASSIQUE	1,1	88	0,6	1,2	95	0,8	1,1	105	0,8
<i>Programmes locaux</i> <span style="float: right;"><i>Total</i></span>	17,7	103	12,7	17,1	109	12,4	16,7	106	11,5
<i>Dont</i>									
<b>GROUPEMENT DES INDEPENDANTS (89 stations)<sup>(3)</sup></b>	<b>12,1</b>	<b>100</b>	<b>8,5</b>	<b>11,6</b>	<b>106</b>	<b>8,2</b>	<b>11,6</b>	<b>101</b>	<b>7,7</b>

\* Sur la vague septembre - octobre 2002, la station "RFI - Radio France Internationale" faisait partie de l'agrégat "Autres programmes".

## L'AUDIENCE DE LA RADIO SAMEDI - DIMANCHE (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC** : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENCE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

(1) 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

(2) 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

(3) Composition du GIE Les Indépendants en p.10

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>74,5</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>	<b>76,9</b>	<b>162</b>	<b>100,0</b>	<b>75,7</b>	<b>159</b>	<b>100,0</b>
<i>Programmes généralistes</i> <span style="float:right"><i>Total</i></span>	30,9	132	36,9	32,6	138	36,0	30,5	144	36,7
<i>Dont</i>									
EUROPE 1	7,5	112	7,6	7,9	113	7,2	7,7	115	7,3
FRANCE BLEU	5,4	113	5,6	5,5	115	5,0	5,1	127	5,3
FRANCE INTER	9,1	117	9,6	9,2	124	9,1	9,4	130	10,1
RMC INFO	3,4	84	2,6	2,5	108	2,2	2,3	103	2,0
RTL	9,1	132	10,9	10,8	138	11,9	9,5	141	11,2
<i>Programmes musicaux</i> <span style="float:right"><i>Total</i></span>	38,1	111	38,3	38,6	122	37,7	38,9	116	37,6
<i>Dont</i>									
CHERIE FM	5,5	87	4,4	5,6	101	4,5	5,1	102	4,3
EUROPE 2	5,9	81	4,3	5,7	82	3,7	4,9	74	3,0
FUN RADIO	4,7	61	2,6	5,1	72	2,9	6,5	73	3,9
MFM	1,2	138	1,5	1,5	95	1,1	1,3	101	1,1
NOSTALGIE	7,3	90	6,0	6,9	107	5,9	6,3	110	5,7
NRJ	10,3	81	7,6	10,8	93	8,0	10,6	83	7,4
RFM	3,4	96	2,9	3,6	118	3,4	3,5	111	3,2
RIRE ET CHANSONS	2,4	63	1,4	2,7	65	1,4	3,0	64	1,6
RTL2	3,3	84	2,5	3,3	83	2,2	3,3	90	2,5
SKYROCK	6,8	82	5,1	6,6	83	4,4	6,8	85	4,8
<i>Programmes thématiques</i> <span style="float:right"><i>Total</i></span>	11,0	73	7,3	12,2	90	8,8	11,3*	84*	7,9*
<i>Dont</i>									
FRANCE CULTURE	1,1	87	0,9	1,3	118	1,2	1,5	79	1,0
FRANCE INFO	8,0	58	4,2	9,1	65	4,7	8,5	67	4,7
FRANCE MUSIQUES	1,4	73	0,9	1,5	99	1,2	1,5	114	1,4
RADIO CLASSIQUE	0,8	118	0,9	0,9	168	1,2	0,7	114	0,7
<i>Programmes locaux</i> <span style="float:right"><i>Total</i></span>	14,8	100	13,4	15,3	110	13,6	14,8	111	13,7
<i>Dont</i>									
GROUPEMENT DES INDEPENDANTS (89 stations) <sup>(3)</sup>	9,9	96	8,7	10,2	104	8,5	10,3	106	9,1

\* Sur la vague septembre - octobre 2002, la station "RFI - Radio France Internationale" faisait partie de l'agrégat "Autres programmes".

## L'AUDIENCE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES <sup>(3)</sup> LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC** : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENCE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,7</b>	<b>171</b>	<b>100,0</b>	<b>83,7</b>	<b>180</b>	<b>100,0</b>	<b>84,1</b>	<b>181</b>	<b>100,0</b>
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	29,9	112	23,3	29,8	121	23,8	29,4	117	22,4
IP RADIO	23,8	120	20,0	23,5	127	19,8	25,5	128	21,4
GROUPE NRJ	26,8	104	19,5	26,2	108	18,8	28,1	109	20,1
LES INDEPENDANTS	12,1	100	8,5	11,6	106	8,2	11,6	101	7,7
LES PARISIENNES	2,1	82	1,2	2,0	70	0,9	2,2	79	1,1
LES FRANCILIENNES	3,0	92	2,0	3,0	94	1,8	3,0	96	1,9
SUD + WIT	1,1	84	0,7	1,1	117	0,9	1,1	122	0,9
L.A.P. IDF	2,4	103	1,7	2,6	102	1,7	2,4	98	1,5
IP RADIO IDF	1,4	82	0,8	1,6	87	0,9	ND	ND	ND
IP MUSIC	10,4	86	6,3	ND	ND	ND	ND	ND	ND

<sup>(1)</sup> 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur la période septembre - octobre 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

## L'AUDIENGE DES COUPLAGES PUBLICITAIRES<sup>(3)</sup> SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENGE

**AC** : AUDIENGE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENGE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>74,5</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>	<b>76,9</b>	<b>162</b>	<b>100,0</b>	<b>75,7</b>	<b>159</b>	<b>100,0</b>
LAGARDERE ACTIVE PUBLICITE	25,0	105	23,8	25,7	113	23,1	25,0	110	22,8
IP RADIO	18,4	110	18,3	20,5	115	19,0	20,5	115	19,6
GROUPE NRJ	22,9	93	19,3	23,3	106	19,8	22,8	100	19,0
LES INDEPENDANTS	9,9	96	8,7	10,2	104	8,5	10,3	106	9,1
LES PARISIENNES	2,1	90	1,7	1,8	85	1,2	2,0	87	1,5
LES FRANCILIENNES	3,2	92	2,7	2,6	94	2,0	2,5	89	1,9
SUD + WIT	0,9	96	0,8	0,9	106	0,8	0,7	152	0,9
L.A.P. IDF	2,1	82	1,5	2,0	117	1,9	2,0	98	1,6
IP RADIO IDF	1,4	42	0,5	1,2	63	0,6	ND	ND	ND
IP MUSIC	7,9	71	5,1	ND	ND	ND	ND	ND	ND

<sup>(1)</sup> 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> La composition des couplages publicitaires sur la période septembre - octobre 2003 figure en page 10. Elle peut être différente sur les vagues précédentes.

## L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR FORMAT LUNDI-VENDREDI (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC : AUDIENCE CUMULEE** (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA: DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR** (en minutes).

**PDA: PART D'AUDIENCE** (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage, dans le volume d'écoute global du média radio.

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>83,7</b>	<b>171</b>	<b>100,0</b>	<b>83,7</b>	<b>180</b>	<b>100,0</b>	<b>84,1</b>	<b>181</b>	<b>100,0</b>
PROGRAMMES GENERALISTES <sup>(3)</sup>	36,4	147	37,3	36,4	159	38,4	36,4	161	38,5
Dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES <sup>(4)</sup>	22,9	141	22,5	22,8	152	22,9	22,9	153	23,0
PROGRAMMES MUSICAUX <sup>(5)</sup>	45,1	124	39,1	44,6	130	38,3	46,4	128	39,0
PROGRAMMES THEMATIQUES <sup>(6)</sup>	13,8	79	7,6	15,0	78	7,8	13,6*	80*	7,1*
PROGRAMMES LOCAUX <sup>(7)</sup>	17,7	103	12,7	17,1	109	12,4	16,7	106	11,5
AUTRES PROGRAMMES	5,6	83	3,3	5,2	90	3,1	6,3*	93*	3,8*
TOTAL RADIO FRANCE <sup>(8)</sup>	27,7	116	22,5	28,9	121	23,2	27,2	126	22,4

<sup>(3)</sup> **Les programmes généralistes** regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

<sup>(4)</sup> **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

<sup>(5)</sup> **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

<sup>(6)</sup> **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

<sup>(7)</sup> **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

<sup>(8)</sup> **Radio France** : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUES, FRANCE CULTURE, LE MOUV', HECTOR, ELISA.

\* Sur la vague septembre – octobre 2002, la station RFI - Radio France Internationale faisait partie de l'agrégat "Autres programmes"

## L'AUDIENGE DES AGREGATS PAR FORMAT SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENGE

**AC** : AUDIENGE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENGE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>RADIO EN GENERAL</b>	<b>74,5</b>	<b>148</b>	<b>100,0</b>	<b>76,9</b>	<b>162</b>	<b>100,0</b>	<b>75,7</b>	<b>159</b>	<b>100,0</b>
PROGRAMMES GENERALISTES <sup>(3)</sup>	<b>30,9</b>	<b>132</b>	<b>36,9</b>	<b>32,6</b>	<b>138</b>	<b>36,0</b>	<b>30,5</b>	<b>144</b>	<b>36,7</b>
Dont: PROGRAMMES GENERALISTES PRIVES <sup>(4)</sup>	<b>19,2</b>	<b>125</b>	<b>21,8</b>	<b>20,5</b>	<b>133</b>	<b>21,9</b>	<b>18,2</b>	<b>140</b>	<b>21,2</b>
PROGRAMMES MUSICAUX <sup>(5)</sup>	<b>38,1</b>	<b>111</b>	<b>38,3</b>	<b>38,6</b>	<b>122</b>	<b>37,7</b>	<b>38,9</b>	<b>116</b>	<b>37,6</b>
PROGRAMMES THEMATIQUES <sup>(6)</sup>	<b>11,0</b>	<b>73</b>	<b>7,3</b>	<b>12,2</b>	<b>90</b>	<b>8,8</b>	<b>11,3*</b>	<b>84*</b>	<b>7,9*</b>
PROGRAMMES LOCAUX <sup>(7)</sup>	<b>14,8</b>	<b>100</b>	<b>13,4</b>	<b>15,3</b>	<b>110</b>	<b>13,6</b>	<b>14,8</b>	<b>111</b>	<b>13,7</b>
AUTRES PROGRAMMES	<b>4,7</b>	<b>93</b>	<b>3,9</b>	<b>5,1</b>	<b>97</b>	<b>4,0</b>	<b>5,6*</b>	<b>90*</b>	<b>4,2*</b>
<b>TOTAL RADIO FRANCE <sup>(8)</sup></b>	<b>23,1</b>	<b>107</b>	<b>22,4</b>	<b>24,3</b>	<b>114</b>	<b>22,2</b>	<b>23,4</b>	<b>120</b>	<b>23,4</b>

<sup>(1)</sup> 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> **Les programmes généralistes** regroupent les stations : EUROPE 1, FRANCE BLEU, FRANCE INTER, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

<sup>(4)</sup> **Les programmes généralistes privés** regroupent les stations : EUROPE 1, RMC INFO, RTL, SUD RADIO.

<sup>(5)</sup> **Les programmes musicaux** regroupent les stations : CHERIE FM, EUROPE 2, FUN RADIO, MFM, NOSTALGIE, NRJ, RFM, RIRE ET CHANSONS, RTL2, SKYROCK.

<sup>(6)</sup> **Les programmes thématiques** regroupent les stations : BFM, FRANCE CULTURE, FRANCE INFO, FRANCE MUSIQUES, RADIO CLASSIQUE, RFI-RADIO FRANCE INTERNATIONALE.

<sup>(7)</sup> **Les programmes locaux** comptent FIP, LE MOUV' et les radios locales non affiliées à un réseau national.

<sup>(8)</sup> **Radio France** : FIP, FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE BLEU, FRANCE MUSIQUES, FRANCE CULTURE, LE MOUV', HECTOR, ELISA.

\* Sur la vague septembre – octobre 2002, la station RFI - Radio France Internationale faisait partie de l'agrégat "Autres programmes"

## L'AUDIENCE DES AGREGATS PAR STATUT LUNDI-VENDREDI et SAMEDI-DIMANCHE (5h-24h)

### DEFINITION DES INDICATEURS D'AUDIENCE

**AC** : AUDIENCE CUMULEE (en %) = pourcentage de personnes ayant écouté au moins une fois dans la journée (5h-24h).

**DEA** : DUREE D'ECOUTE PAR AUDITEUR (en minutes).

**PDA** : PART D'AUDIENCE (Part de Marché) = part que représente le volume d'écoute d'une station, d'un agrégat ou d'un couplage dans le volume d'écoute global du média radio.

	SEPTEMBRE - OCTOBRE 2003			AVRIL - JUIN 2003			SEPTEMBRE - OCTOBRE 2002		
	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(1)</sup> %	DEA mn	PDA %	AC <sup>(2)</sup> %	DEA mn	PDA %
<b>LUNDI-VENDREDI</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	83,7	171	100,0	83,7	180	100,0	84,1	181	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	27,8	116	22,6	29,1	121	23,4	27,4	126	22,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(4)</sup>	67,8	152	71,8	67,5	160	71,5	68,1	161	71,9
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(5)</sup>	3,1	100	2,2	2,8	104	1,9	2,6	107	1,8
AUTRES PROGRAMMES <sup>(6)</sup>	5,7	85	3,4	5,3	92	3,2	6,0	94	3,7
<b>SAMEDI-DIMANCHE</b>									
<b>RADIO EN GENERAL</b>	74,5	148	100,0	76,9	162	100,0	75,7	159	100,0
RADIOS DE SERVICE PUBLIC <sup>(3)</sup>	23,4	107	22,7	24,5	114	22,4	23,6	120	23,6
RADIOS PRIVEES COMMERCIALES <sup>(4)</sup>	58,4	134	71,2	61,0	145	71,0	59,1	142	70,0
RADIOS PRIVEES ASSOCIATIVES <sup>(5)</sup>	2,4	88	1,9	2,8	111	2,5	2,6	114	2,4
AUTRES PROGRAMMES <sup>(6)</sup>	4,9	94	4,1	5,3	98	4,1	5,4	89	4,0

<sup>(1)</sup> 1% = 495 820 personnes de 13 ans et plus

<sup>(2)</sup> 1% = 493 220 personnes de 13 ans et plus

<sup>(3)</sup> Les radios de service public regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI-Radio France Internationale.

<sup>(4)</sup> Les radio privées commerciales regroupent l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales.

<sup>(5)</sup> Les radios privées associatives regroupent les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20 % du chiffre d'affaires.

<sup>(6)</sup> Les autres programmes regroupent les radios étrangères, les autres radios ou non-identifiées, les radios sans statut, les NSP.

## COMPOSITION DES COUPLAGES PUBLICITAIRES

A compter de la période **septembre - octobre 2003**, les couplages publicitaires se composent des stations suivantes :

**Lagardère Active Publicité** = Les stations d'autoroute en régie chez Lagardère Active Publicité, Europe 1, Europe 2, Les Indépendants\*, RFM

**Groupe NRJ** = Chérie FM, Nostalgie, NRJ, Rire et Chansons

**IP Radio** = Fun Radio, MFM, RTL, RTL2, Sud Radio, Wit FM

**Les Parisiennes** = Ado FM, Radio Latina, Radio Nova, Voltage

**Les Franciliennes** = MFM IDF, Radio FG, TSF, Les Parisiennes

**Sud + Wit** = Sud Radio, Wit FM

**L.A.P. IDF** = Europe 2 IDF, RFM IDF, OUI FM

**IP Radio IDF** = Fun Radio IDF, RTL2 IDF

**IP Music** = Fun Radio, RTL2

\* **Les Indépendants** = 89 stations suivantes :

100 % FM, Ado FM, Alouette, Alpes1, ARL, Beur FM, Blackbox, Bruayis 99.2, Cannes Radio, Champagne FM, Cocktail FM (14), Collines FM/La Radio du Bocage, Contact FM (02, 59, 62, 80), Couleur 3 (Rhône-Alpes), Delta FM, Direct FM, Est FM, Evasion FM (I.D.F.), FC Radio, Florival, Forum, Fréquence Horizon (ex Horizon 62), Fréquence Jazz, Fréquence Plus, Générations Paris Jazz, Happy FM, Hit West, Hot Radio (ex Belledonne FM), Jordanne FM, Kiss FM Méditerranée, Klip's FM, **Lor'FM**, Lyon Sport, Média Tropical, Ménergy, Mistral FM (13, 83), Mixx FM (16, 17), Mona FM (59), Montagne FM, MTI, Normandie FM, Océane FM (56), ODS Radio, Ouest FM, Oui FM, Radio 6, Radio 8, Radio Catalogne Nord, Radio Cristal (27, 78), RDL, Radio Dreyeckland (67, 68), Radio Espace (69), Radio FG, Radio Isa, Radio Jérico, Radio Latina, Radio Manche (50), Radio Maritima, Radio Mélodie (57), Radio Montagnes Noires, Radio Mont-Blanc, RMB-Radio Montluçon Bourbonnais, RNM-Radio Narbonne Méditerranée, Radio Nohain, Radio Nova, Radio Scoop, Radio Star (13), Radio Star (70), Radio Sun FM (69), Radio TFM, RTS FM, Radio Vitamine, Radiocéan, Résonance, Roc FM (59, 62), RVA-Radio Volcans D'Auvergne, RVB-Radio Vallée du Blavet (56), Sea FM, Soleil FM (56), **Sport O'FM**, Tempo FM, Thollon, Top Music, Totem, TSF, Vibration, Vire FM, Voltage, **Zi One**.

## CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

- Interviews réalisées auprès de la population âgée de 13 ans et plus entre **le 25 août et le 26 octobre 2003** :
  - **14 650** pour la période lundi-vendredi,
  - **7 323** pour la période samedi-dimanche.
- Représentativité socio-démographique et géographique des interviews avec équirépartition entre les jours d'enquête.
- Interviews téléphoniques (téléphones filaires et mobiles) assistées par ordinateur entre 17h30 et 21h30.
- Recueil d'audience sur les Dernières 24 Heures (de 17h30 la veille à 17h30 le jour-même de l'interview).
- Seule l'audience cumulée permet de calculer le nombre d'auditeurs :  
audience cumulée (en %) x **495 820** = nombre d'auditeurs.

Le point de part d'audience ne peut, lui, faire l'objet d'une telle opération.